



Foto: Sergey Ryzhov / Fotolia

EINKAUFSFALLEN IM SUPERMARKT

Zwei Drittel aller Einkäufe werden spontan getätigt. Weder der Aufbau eines Supermarktes noch die Einrichtung oder Warenplatzierung werden daher dem Zufall überlassen. Auch Musik und Duft oder die Präsentation und Verpackung der Waren unterstützen die Absicht der Händler: Kunden sollen zu einem impulsiven Kauf verführt werden. Werbepsychologen, Designer und Marketingexperten arbeiten zusammen, um die Produkte möglichst attraktiv erscheinen zu lassen. Da locken Verkostungen, Fleisch wird in günstigem Licht gezeigt, Aktionsware wird mit großen Schildern beworben, die wie ein Sonderangebot wirken.

Der Vortrag soll dabei helfen, Fallstricke im Supermarkt zu erkennen.



Format:	Vortrag
Zielgruppe:	Verbraucher, Multiplikatoren
Zeitbedarf:	Nach Rücksprache
Teilnehmerzahl:	Nach Rücksprache
Kosten:	Nach Rücksprache
Kontakt:	lebensmittel@vzsa.de
